

**TINJAUAN PELAYANAN PELANGGAN PADA PT.PEGADAIAN (PERSERO) UNIT
JENNAE KABUPATEN SOPPENG**

SKRIPSI



*Diajukan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana strata satu program studi Pendidikan
Ekonomi*

**FEBY RAMDHANA
NIM. 1494043050**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
2019**

**TINJAUAN PELAYANAN PELANGGAN PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT
JENNAE KABUPATEN SOPPENG**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana strata satu program studi Pendidikan
Ekonomi*

**FEBY RAMDHANA
NIM. 1494043050**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Persetujuan pembimbing yang ditunjuk berdasarkan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar Nomor: 7477/UN36.22/KM2018 untuk membimbing saudara:

Nama : Feby Ramdhana
Nomor stambuk : 1494043050
Program studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Tinjauan Pelayanan Pelanggan Pada PT.Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng”.

Menyatakan bahwa Laporan Hasil Penelitian ini diperiksa dan dapat diujikan di depan panitia Penguji Skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Makassar.

Makassar, 19 Desember 2018

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. Ir. H. Ilham Thaief, MM, MBA, IPM.
NIP. 19580912 198703 1 003



Muh. Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si
NIP. 19730709 200701 1001

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh Feby Ramdhana dengan Nomor Induk Mahasiswa 1494043050, berjudul Tinjauan Pelayanan Pelanggan Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar, dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Nomor: 1096/UN.36.22/KM/2019 tanggal 22 Februari 2019, untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar pada hari Jumat, 22 Februari 2019.

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Makassar

Dr. H. Muhammad Azis, M.Si.
NIP. 19591231 198601 1 005

Panitia Ujian :

- | | | |
|------------------|--|---------|
| 1. Ketua | : Dr. H. Muhammad Azis, M.Si. | (.....) |
| 2. Wakil Ketua | : Sahade, S.Pd., M.Pd. | (.....) |
| 3. Sekretaris | : Dr. Mustari, S.E., M.Si. | (.....) |
| 4. Pembimbing I | : Prof.Dr.Ir.H.Ilham Thaief, MM, MBA, IPM. | (.....) |
| 5. Pembimbing II | : Muh. Ihsan Said Ahmad, SE., M.Si | (.....) |
| 6. Penguji I | : Muhammad Dinar, S.E., M.S | (.....) |
| 7. Penguji II | : Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd | (.....) |

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswi yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feby Ramdhana

NIM : 1494043050

Tempat/Tgl.Lahir : Lajoa, 08 Februari 1996

Jur/Prodi/Konsentrasi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas/Program : Ekonomi

Alamat : Jl. Toddopuli VI, Borong Indah No.7

Judul : “Tinjauan Pelayanan Pelanggan Pada PT.Pegadaian (Persero) Unit Jennae
Kabupaten Soppeng”

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesabaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil kerja sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal karena hukum.

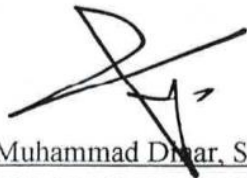
Makassar, 19 Desember 2018

Mengetahui,

Ketua program studi Pendidikan Ekonomi

Yang membuat pernyataan

Fakultas Ekonomi UNM



Muhammad Dinar, S.E.,MS

NIP.19591217 198702 1 001



Feby Ramdhana

NIM : 1494043050

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Hargakebaikanmanusiaadalahdiukurmenurutapa yang telahdilaksanakan/diperbuatnya" (Ali Bin Abi Thalib)

"Hiduplahsepertipohonkayu yang lebatbuahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang denganbatu, tetapidibalsdenganbuah." (Abu Bakar Sibli)

"Kita melihatkebahagiaanitusepertipelangi, tidakpernahberada di ataskepalakitasendiri, tetapiselaluberada di ataskepala orang lain." (Thomas Hardy)

SetulushatimuIbu, searifarahanmu Bapak
Doamuhadirkankeridhaanuntukku, petuahmutuntunkanjalanku
Pelukmuberkahihidupku, diantaraperjuangan dan tetesandoamalammu
Dan seabaitdoatelahmerangkuldiriku, menujuharidepan yang cerah
Dengankerendahanhati yang tulus, bersamakeridhaan-Mu ya Allah,
Kupersembhakkaryatulisiniuntuk yang termulia, Bapak..Mama..
Mungkintakdapatselaluterucap, namun hatiiniselaluberbica,
Sungguhkusayang kalian

ABSTRAK

FEBY RAMDHANA, 2019 Tinjauan Pelayanan Pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero), Unit Jennae Kabupaten Soppeng. Study Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Dibimbing oleh Prof. Ir. Ilham Thaief, MM, MBA, IPM dan Muh. Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero), Unit Jennae Kabupaten Soppeng. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Jenis dan metode yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif yang melalui data yang diperoleh dari hasil dokumentasi dan kuisioner lalu diolah melalui perhitungan program *SPSS for windows*. Berdasarkan hasil penelitian pada variable kualitas pelayanan bila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya termasuk dalam kategori sangat baik, sedangkan untuk variable kepuasan pelanggan, bila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya juga termasuk dalam kategori sangat baik.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Tinjauan pelayanan pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng” sesuai dengan harapan penulis, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Makassar.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak memperoleh saran, masukan serta bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof.Dr.H Husain Syam.,MTp selaku Rektor Universitas Negeri Makassar.
2. Bapak Dr.H.Muhammad Azis, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Ilham Thaeif, MM, MBA, IPM dan BapakMuh. Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Simasing-masing Pembimbing I dan II yang telah banyak meluangkan waktunya dalam memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat penulis rampungkan.
4. Kepala cabang dan StaffPEGADAIAN UNIT JENNAE, yang telah membantu dalam pengumpulan data selama penulisan skripsi ini.
5. Ucapan terima kasih yang istimewa dan sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua saya tercinta Muchajiri dan Sabbaha Nur, S.Sos atas kasih sayang yang luar biasa, bimbingan serta semangat yang tak pernah luntur dan doa yang tidak pernah terputus yang membuat penulis lebih bersemangat untuk bisa mempersembahkan Toga kepada beliau. Semoga atas

semua limpahan kasih sayangNya mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT.
Amin.,

6. Sahabat penulis: Mustafa Kamal, Nursakinah, Lusita Sari, Novia Fatmawati, A.Sumange, mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2014 dan teman-teman KKN-PPL (poskotianglistrik) yang telah meluangkan banyak waktu dan selalu memberikan dukungan serta sebagai sumber penyemangat untuk penulis agar selalu bahagia..
7. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam penulisan skripsi ini yang tidak sempat disebutkan satu persatu.

Seperti kata pepatah “*Tiada Gading Yang Tak Retak*”, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari semua pihak guna penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Amin yarobbal Alamin...

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Makassar, 19 Desember 2018

Penulis

FEBY RAMDHANA

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR	7
A. ManajemenPemasaran	7

B.	Pelayanan dan Konsep Kualitas Pelayanan.....	9
C.	Kepuasan Pelanggan	17
D.	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	24
E.	Penelitian Terdahulu	27
F.	Hipotesis.....	28
BAB III	METODE PENELITIAN	29
A.	Tempat dan Waktu Penelitian	29
B.	Populasi dan Sampel	29
C.	Jenis dan Sumber Data	30
D.	Metode Pengumpulan Data	31
E.	Definisi Operasional Variabel	32
F.	Metode Analisis	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A.	Karakteristik Responden	37
B.	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	39
C.	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	42
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
A.	Kesimpulan.....	46
B.	Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

Tabel. 2.1	Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel. 3.1.	Pilihan JawabanKuisisioner.....	34
Tabel. 3.2.	Kriteria Skor Jawaban Responden	36
Tabel. 5.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	37
Tabel. 5.2.	Karakteristik Eesponden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..	38
Tabel. 5.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel. 5.4.	TanggapanRespondenVariabelKualitasPelayanan.....	39
Tabel. 5.5.	TanggapanRespondenVariabelKepuasanPelanggan	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Halaman

Gambar. 1.1.	Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan.....	13
Gambar. 2.2.	Kerangka Konsep.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Tabel Penolong Perhitungan

Lampiran 3 Tabulasi Variabel Kualitas Pelayanan

Lampiran 4 Tabulasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Lampiran 5 Hasil Olah Data *SPSS 24.0 for windows*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini semakin diyakini, bahwa kunci utama memenangkan persaingan dalam dunia usaha yang semakin ketat adalah memberikan nilai dalam kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian jasa yang bermutu dan berkualitas. Perubahan paradigma telah memaksa setiap organisasi pelayanan jasa untuk melakukan berbagai pembenahan. Kualitas layanan yang baik tidak hanya diukur dari kemewahan fasilitas kelengkapan teknologi dan penampilan fisik petugasnya, tetapi juga diukur dari efisiensi dan efektifitas serta ketepatan pemberian pelayanan kepada konsumen.

Analisis perilaku kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sangat di perlukan, mengingat keberhasilan suatu usaha bukan dibutuhkan oleh produsen saja, tetapi justru di kehendaki dan dibutuhkan oleh pelanggan. Karena pelangganlah yang sebenarnya memutuskan sukses atau tidaknya suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah merupakan faktor yang sangat menentukan dalam perusahaan. Sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa datang.

Perubahan sosial ekonomi yang terus terjadi dalam proses perkembangan suatu negara membuahkan tantangan baru dalam dunia bisnis. Para eksekutif pemasaran harus dapat mengembangkan konsep pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Mereka harus dapat memenuhi tuntutan pelanggan tentang pelayanan yang lebih baik dan memuaskan serta dapat menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan.

Dari sudut pandang pihak perusahaan, diperlukan suatu strategi agar dapat memenangkan persaingan dalam merebut pasar. Untuk itu di butuhkan analisis untuk mengetahui sejauh mana tingkat kebutuhan, keinginan, dan kepuasan pelanggan. Mutu pelayanan yang baik merupakan suatu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya.

Kunci keberhasilan penyelenggaraan jasa adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan menjawab segala kebutuhan dan permasalahan konsumen setiap saat, di manapun dan dalam kondisi apapun secara cepat dan tepat. Oleh karena itu setiap organisasi yang bergerak di bidang pelayanan jasa apapun dituntut untuk menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan akhir. Pemahaman-pemahaman mengenai organisasi layanan jasa yang mandiri, terkemuka dan berkualitas dalam memberikan pelayanan harus diterapkan dalam mengelola organisasi layanan jasa. Pemahaman mengenai kemandirian adalah upaya mengembangkan dan meningkatkan pelayanan organisasi layanan jasa itu sendiri. Terkemuka berarti memposisikan dan memberikan eksis organisasi layanan jasa penyiaran yang sejajar dengan organisasi layanan jasa lainnya yang telah maju di Indonesia. Dengan penguasaan pemahaman akan layanan, maka tujuan dapat tercapai.

Fenomena dari bentuk-bentuk kualitas layanan yang perlu ditingkatkan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan yang terdiri dari :

1. Fenomena pelayanan yang responsif (*responsiveness*), yaitu tenaga karyawan atau staffPT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan menyadari pentingnya pelayanan yang menyenangkan dalam bekerja sesuai

dengan penguasaan bidang profesi kerja yang memberikan respon yang positif dan menyenangkan.

2. Fenomena pelayanan yang meyakinkan (*assurance*), yaitu tenaga karyawan atau staffPT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan melakukan komunikasi dengan konsumen memperlihatkan sikap ramah dan sopan, memberikan jaminan akan keselamatan dan kenyamanan sesuai mekanisme pelayanan, yang menjamin konsumen untuk loyal menggunakan dan memakai jasa PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng.
3. Fenomena dari pelayanan bukti fisik (*tangible*), yaitu tenaga karyawan atau staffPT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan penggunaan peralatan, perlengkapan dan kemampuan karyawan melayani konsumen.
4. Fenomena dari pelayanan empati (*empathy*), yaitu tenaga karyawan atau staffPT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan menekankan adanya keseriusan, kepedulian dan perhatian pada pelanggan.

Fenomena mengenai pelayanan kehandalan (*reliability*), yaitu tenaga karyawan atau staff PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan bekerja secara cepat dalam proses pelayanan dan memberikan pelayanan dengan tidak pilih kasih.

Berdasarkan dari berbagai referensi yang membahas mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dari suatu perusahaan jasa seperti PT.Fajar dan Toko Buku Gramedia, maka dari itu peneliti penasaran dan tertarik untuk mengetahui bagaimana kinerja dari PT.Pegadian dalam melayani pelanggan.

Dengan melihat dari berbagai penjelasan atau uraian yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :**“TINJAUAN PELAYANAN PELANGGAN PADA PT.PEGADAIAN (PERSERO) UNIT JENNAE KABUPATEN SOPPENG”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng?.
2. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng?.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas sebelumnya, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, maka manfaat yang dapat diberikan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran kepada pihak manajemen PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng, untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggannya melalui kualitas pelayanan.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dimasa yang akan datang yang meneliti variabel yang terkait sehingga dapat mempermudah dalam penelitian yang akan dilakukannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA FIKIR

A. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan. Titik berat diletakkan pada penawaran perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif melayani pasar.

Menurut Kotler (2009:14), bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi.

Menurut Buchari (2004:130), bahwa manajemen pemasaran adalah merencanakan, pengarahan, dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun bagian dipemasaran. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2011:6), bahwa manajemen pemasaran adalah suatu analisis, perencanaan, pelaksanaan serta kontrol program-program yang telah direncanakan dalam hubungannya dengan pertukaran-pertukaran yang diinginkan untuk memperoleh keuntungan pribadi maupun bersama.

Jadi, manajemen pemasaran dirumuskan sebagai suatu proses manajemen yang meliputi penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Kegiatan ini bertujuan menimbulkan pertukaran yang diinginkan, baik yang menyangkut barang dan jasa, atau benda-benda lain yang dapat

memenuhi kebutuhan psikologis, sosial dan kebudayaan. Proses pertukaran dapat ditimbulkan baik oleh penjual maupun pembeli.

2. Fungsi Manajemen Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada para pesaing dalam memudahkan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran.

Menurut Kotler (2009:559), bahwa fungsi manajemen pemasaran adalah sebagai berikut :

- a. Mengumpulkan informasi mengenai pelanggan, pesaing serta pelaku dan kekuatan lain yang ada saat ini maupun yang potensial dalam lingkungan pemasaran.
- b. Mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasif untuk merangsang pembelian.
- c. Mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan.
- d. Menanggung resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran.
- e. Mengatur kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk sampai ke pelanggan akhir

B. Pelayanan dan Konsep Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak.

Menurut Sinambela (2010:3), bahwa istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Sedangkan menurut Moenir (2008:16), bahwa pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang dilakukan secara langsung.

Menurut Pasolong (2013:4), bahwa pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan/atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan sebagai kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lain, dimana pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerima.

Konsep kualitas layanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus di dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan.

Menurut Marcel (2007:192), bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan. Sedangkan menurut Stemvelt (2009:210), bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi) agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi kepuasan kepada pelanggan. Menurut Yong dan Loh (2008:146), bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu kecocokan untuk penggunaan yang bertujuan untuk menemukan suatu

pemikiran yang jelas dari proses pemikiran yang melahirkan adanya suatu pemahaman-pemahaman yang tidak sulit untuk dipahami, karena tujuannya sudah jelas dan prosesnya merupakan proses yang berkelanjutan.

Menurut Parasuraman (2008:162), bahwa konsep kualitas layanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh kualitas layanan. Kualitas layanan tersebut terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan. Parasuraman (2008:167), mengemukakan bahwa terdapat 3 (tiga) tingkat konsep kualitas layanan yaitu:

- a. Bermutu (*quality surprise*), bila kenyataan pelayanan yang diterima melebihi pelayanan yang diharapkan pelanggan.
- b. Memuaskan (*satisfactory quality*), bila kenyataan pelayanan yang diterima sama dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan.
- c. Tidak bermutu (*unacceptable quality*), bila ternyata kenyataan pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat dikatakan bahwa 3 (tiga) tingkat konsep kualitas layanan menjadi suatu penilaian di dalam menentukan berbagai macam model pengukuran kualitas layanan yang diberikan.

2. Jenis-Jenis Pelayanan

Menurut Batinggi (2011:21), bahwa terdapat 3 (tiga) jenis layanan yang bisa dilakukan oleh siapapun, yaitu :

- a. Layanan dengan lisan

Agar layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan, yakni:

- 1) Memahami masalah-masalah yang termasuk ke dalam tugasnya.

- 2) Bertingkah laku sopan dan ramah
- 3) Mampu memberikan penjelasan apa yang diperlukan.

b. Layanan dengan tulisan

Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam melaksanakan tugas. Layanan tulisan ini terdiri dari 2 (dua) golongan yaitu :

- 1) Berupa petunjuk informasi dan yang sejenis ditujukan kepada orang-orang yang berkepentingan, agar memudahkan mereka dalam berurusan dengan instansi atau lembaga pemerintah.
- 2) Layanan berupa reaksi tertulis atau permohonan laporan, pemberian/ penyerahan, pemberitahuan dan sebagainya.

c. Layanan dengan perbuatan

Dalam kenyataan sehari-sehari layanan ini memang tidak terhindar dari layanan lisan jadi antara layanan perbuatan dan lisan sering digabung. Hal ini disebabkan karena hubungan pelayanan banyak dilakukan secara lisan.

Secara garis besar jenis-jenis layanan menurut Kepmenpan No. 63 tahun 2003 dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga), yaitu :

a. Kelompok pelayanan administratif

Jenis pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan oleh publik, misalnya status kewarganegaraan, sertifikat kompetensi, kepemilikan suatu barang dan sebagainya.

b. Kelompok pelayanan barang

Jenis pelayanan yang menghasilkan berbagai jenis barang yang digunakan, misalnya jaringan telepon, PLN, PDAM dan sebagainya.

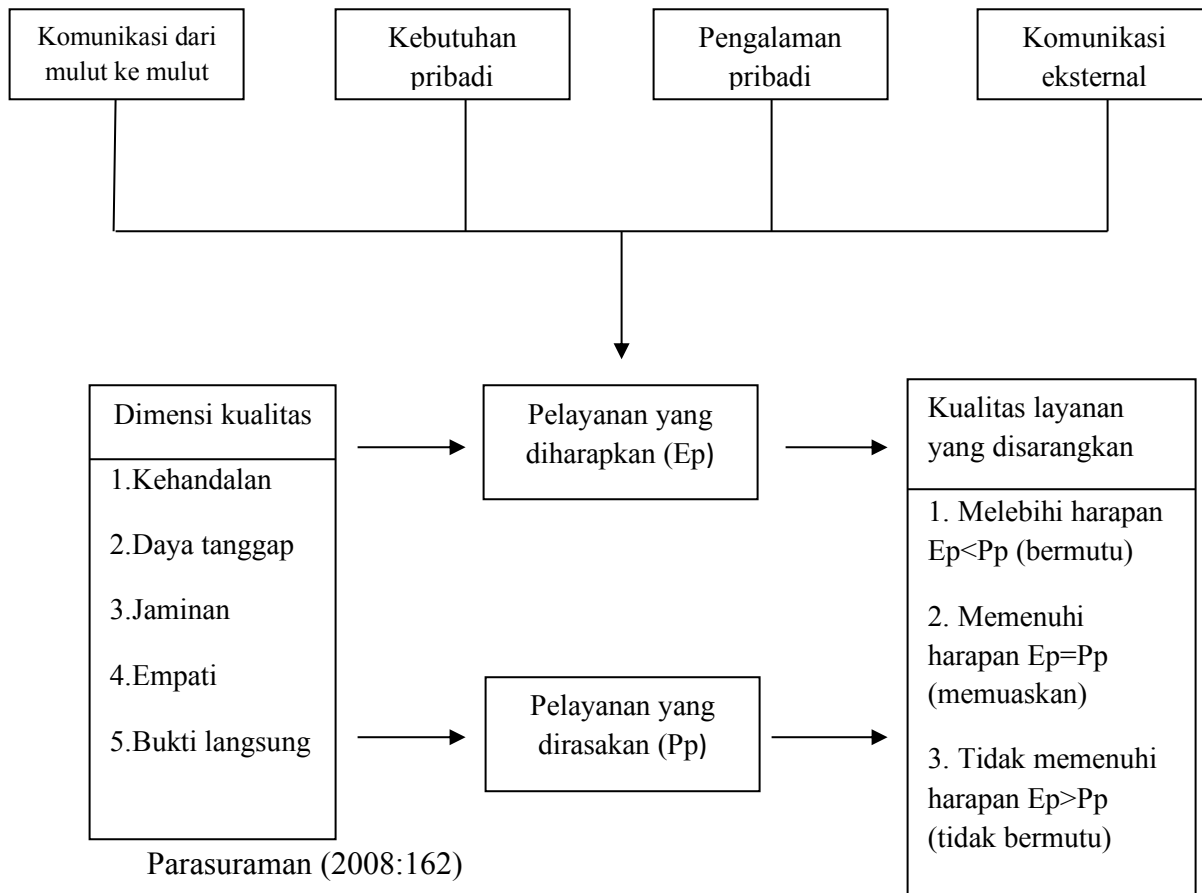
c. Kelompok pelayanan jasa

Jenis pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk jasa yang dibutuhkan oleh publik, misalnya pendidikan, pemeliharaan kesehatan, penyelenggaraan transportasi, pos dan sebagainya.

Lebih jelasnya dapat ditunjukkan pada gambar yang membentuk adanya konsep kualitas layanan di bawah ini:

Gambar 1.1

Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan



Menurut Parasuraman (2008:165), bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu pengertian yang sifatnya kompleks (sederhana) tentang adanya mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan.

Konsep kualitas layanan dikatakan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan (bermutu). Dikatakan konsep kualitas layanan memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar daripada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu).

Parasuraman (2008:167), mengemukakan bahwa terdapat 3 (tiga) tingkat konsep kualitas layanan yaitu:

- a. Bermutu (*quality surprise*), bila kenyataan pelayanan yang diterima melebihi pelayanan yang diharapkan pelanggan.
- b. Memuaskan (*satisfactory quality*), bila kenyataan pelayanan yang diterima sama dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan.
- c. Tidak bermutu (*unacceptable quality*), bila ternyata kenyataan pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat dikatakan bahwa konsep kualitas layanan menjadi suatu penilaian di dalam menentukan berbagai macam model pengukuran kualitas layanan yang diberikan.

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Pada dasarnya, kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan

pelanggan. Dengan kata lain, terdapat faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan.

Menurut Parasuraman (2008:26), bahwa konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan “RATER” (*responsiveness, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*). Lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar orang yang diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima, sehingga diperlukan adanya unsur kualitas layanan daya tanggap sebagai berikut:

- 1) Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapinya.
- 2) Memberikan penjelasan yang mendetail.
- 3) Memberikan pembinaan atas bentuk-bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai.
- 4) Membujuk orang yang dilayani apabila menghadapi permasalahan.
- 5) Mengarahkan setiap bentuk pelayanan dari individu yang dilayani.

b. Jaminan (*Assurance*)

Adanya kepercayaan yang diyakini sesuai dengan kenyataan bahwa organisasi mampu memberikan kualitas layanan sesuai dengan:

- 1) Mampu memberikan kepuasan dalam pelayanan.

- 2) Mampu menunjukkan komitmen kerja yang tinggi sesuai dengan bentuk-bentuk integritas kerja.
- 3) Mampu memberikan kepastian atas pelayanan sesuai dengan perilaku yang ditunjukkan.

c. Bukti Fisik (*Tangible*)

Identifikasi kualitas layanan fisik (*tangible*) dapat tercermin dari :

- 1) Kemampuan menunjukkan prestasi kerja dalam menggunakan alat-alat dan perlengkapan kerja secara efisien dan efektif.
- 2) Kemampuan menunjukkan penguasaan teknologi dalam berbagai akses data dan inventarisasi otomasi kerja.
- 3) Kemampuan menunjukkan integritas diri sesuai dengan penampilan yang menunjukkan kecakapandan dedikasi dalam bekerja dan melayani pelanggan.

d. Empati (*Empathy*)

Suatu bentuk kualitas layanan dari empati orang-orang pemberi pelayanan terhadap yang mendapatkan pelayanan harus diwujudkan:

- 1) Mampu memberikan perhatian terhadap berbagai bentuk pelayanan yang diberikan.
- 2) Mampu memberikan keseriusan atas aktivitas kerja pelayanan yang diberikan.
- 3) Mampu menunjukan rasa simpatik kepada pelanggan atas pelayanan yang diberikan.
- 4) Mampu menunjukkan pengertian yang mendalam atas berbagai hal yang diungkapkan.
- 5) Mampu menunjukkan keterlibatannya dalam memberikan pelayanan atas berbagai hal yang dilakukan.

e. Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan dari seorang karyawan yang berprestasi, dapat dilihat dari berikut ini :

- 1) Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan tingkat pengetahuan terhadap uraian kerjanya.
- 2) Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang terampil sesuai dengan tingkat keterampilan kerja yang dimiliki.
- 3) Kehandalan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan pengalaman kerja yang dimiliki.
- 4) Kehandalan dalam mengaplikasikan penguasaan teknologi untuk memperoleh pelayanan yang akurat.

C. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui masalah kepuasan konsumen terlebih dahulu harus didapati pengertian arti kepuasan itu sendiri. Kepuasan merupakan suatu respon emosi seseorang terhadap suatu hal yang tengah dihadapinya.

Menurut Day (2008:204), bahwa kepuasan konsumen merupakan respons konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan.

Wilkie (2010:622), mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai suatu tanggapan emosional seseorang pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk. Sedangkan menurut Kotler (2009:40), bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen amat puas atau senang.

2. Tujuan Pemberian Kepuasan pada Pelanggan

Setiap layanan yang diberikan, senantiasa berorientasi pada tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Purnama (2006:208), bahwa kepuasan seseorang dapat terlihat dari tingkat penerimaan pelanggan yang didapatkan. Tanda dari kepuasan tersebut diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Senang atau kecewa atas perlakuan atau pelayanan yang telah diterima atau diberikan.
- b. Mengeluh atau mengharap atas perlakuan yang semestinya harus diterima atau diperoleh.
- c. Tidak membenarkan atau menyetujui sesuatu yang bertautan dengan kepentingannya.
- d. Menghendaki pemenuhan kebutuhan dan keinginan atas berbagai pelayanan yang diterima. Keempat tanda tersebut di atas akan berbeda-beda sesuai dengan bentuk pelayanan jasa yang diterima.

Menurut Tirtomulyo (2009:24), bahwa untuk memperoleh kepuasan, maka seorang pengembang pemasaran jasa harus memperhatikan pemenuhan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan menjadi pioneer atau penentu untuk kontinuitas berlangsungnya suatu bisnis jasa.

Sedangkan Tjiptono (2011:24), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua hal yaitu keluhan dan harapan pelanggan terhadap jasa yang diterima dari pemberi layanan.

Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan pelanggan yang diperoleh setelah pelanggan melakukan/menikmati sesuatu. Kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan pelanggan

3. Komponen Dasar dalam Kepuasan pelanggan

Buchari (2006:55), mengatakan bahwa ada banyak definisi yang dapat menjelaskan mengenai kepuasan pelanggan, namun tetap mengacu kepada tiga komponen umum yang dapat mengidentifikasi kepuasan pelanggan, yakni :

- a. Respon, yakni tipe dan intensitas kepuasan pelanggan merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intensitas responnya mulai dari yang sangat puas dan menyukai produk tersebut sampai sikap yang apatis terhadap suatu produk.
- b. Fokus, yakni fokus pada performansi objek disesuaikan dengan beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual dan toko.
- c. Waktu respon, yakni respon terjadi pada waktu tertentu, setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/ jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif. Sebagai tambahannya durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

Kotler (2009:138), mengatakan bahwa ciri-ciri pelanggan yang puas adalah sebagai berikut :

- a. Loyal terhadap produk pelanggan yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. pelanggan yang puas terhadap produk yang dikonsumsi akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.
- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif Kepuasan adalah merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon pelanggan yang lain dan mengatakan hal-hala yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.
- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain. Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan.

Apabila ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan seperti memperkecil kesenjangan yang terjadi diantara pihak manajemen dan pelanggan.

Perusahaan (manajemen dan karyawannya) harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan-keluhan yang mereka rasakan. Mengembangkan dan menerapkan *partnership accountable*, proaktif, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

4. Indikator Kepuasan Pelanggan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan ekspektasi pelanggan menurut Zeithaml (2010:53), terdiri dari:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen jasa. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian sebaliknya.
- b. Pengalaman masa lalu (terdahulu) ketika menggunakan jasa pelayanan dari organisasi jasa maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman, yang menceritakan mengenai kualitas layanan jasa yang dirasakan oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada jasa-jasa yang dirasakan berisiko tinggi.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi pelanggan. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan seyogyanya tidak membuat kampanye yang berlebihan melewati tingkat ekspektasi pelanggan. Kampanye yang berlebihan dan secara aktual tidak mampu memenuhi ekspektasi pelanggan akan mengakibatkan dampak negatif terhadap persepsi pelanggan tentang pelayanan jasa yang diberikan.

Menurut Barata (2008:15), bahwa sebagai pihak yang melayani tidak akan mengetahui apakah pelanggan yang dilayani puas atau tidak, karena yang dapat merasakan kepuasan dari suatu pelayanan yang diberikan hanyalah pelanggan yang bersangkutan. Sedangkan menurut Syamsuddin (2009:220), bahwa kepuasan pelanggan sangat relatif tergantung dari tingkat penerapan konsep pemasaran jasa, yang umumnya menerapkan konsep kualitas layanan.

Kotler (2009:91), mengemukakan aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menerima kualitas pelayanan. Aspek-aspek tersebut antara lain adalah:

- a. Proses peningkatan kualitas pelayanan, yaitu semua aktivitas yang termasuk dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan kualitas pelayanan yang lebih baik.
- b. Proses manajemen sediaan (Fasilitas yang disediakan). Semua aktivitas yang berupa pengembangan dan pengolahan untuk meningkatkan fasilitas yang disediakan bagi konsumen.
- c. Proses pemesanan sampai dengan pembayaran (Administrasi). Semua aktivitas yang berupa pemesanan, menyetujui dan pembayaran. Dalam hal ini pemesanan tiket sampai dengan pembayaran.
- d. Proses pelayanan kepada konsumen. Semua aktivitas yang berupa kemudahan konsumen untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan keinginan, menjawab dan menyelesaikan masalah dari konsumen.

Penerapan konsep kualitas layanan dianggap memberikan kepuasan kepada pelanggan apabila pelanggan merasa senang, tidak mengeluh dan mendapatkan pelayanan yang konsisten. Sebagai pihak yang melayani hanya akan tahu tingkat kepuasan masing-masing pelanggan.

Menurut Supranto (2009:97), bahwa indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

- a. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*)
- b. Kecepatan transaksi (*speed of transaction*)
- c. Keberadaan pelayanan (*availability of service*)
- d. Profesionalisme (*profesionalisme*)
- e. Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (*overall satisfaction with service*)

Selanjutnya menurut Tjiptono (2011:453), ada beberapa indikator kepuasan pelanggan yaitu :

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan, yakni pelanggan langsung ditanya seberapa puas produk atau jasa yang dibeli atau dikonsumsi.
- b. Dimensi kepuasan pelanggan, yakni mengidentifikasi kunci-kunci kepuasan pelanggan dan meminta pelanggan menilai langsung produk atau jasa tersebut.
- c. Konfirmasi harapan, yakni kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesesuaian antara harapan pelanggan dengan produk yang dikonsumsi.
- d. Kesiapan untuk merekomendasi, yakni kesiapan pelanggan merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau keluarga.
- e. Minat pembelian ulang, yakni kepuasan pelanggan yang diukur berdasarkan perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
- f. Ketidakpuasan pelanggan, yakni meliputi *complain*, *retur*, biaya garansi, *product recall* dan konsumen yang beralih ke pesaing.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan konsumen, merupakan bagian yang sangat penting dalam rangka keberhasilan suatu bisnis.

D. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Persaingan yang semakin tajam dalam bisnis jasa menyebabkan. Setiap perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan produk jasa yang telah digunakan.

Menurut Tjiptono (2011:455), kualitas layanan dengan kepuasan konsumen harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan yang bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor, meliputi :

1. Sistem pengiriman, yaitu memindahkan jasa dari produsen ke pelanggan atau pemakai akhir dalam bisnis biasanya meliputi saluran distribusi dari para pemasok, dan para perantara.
2. Performa produk atau jasa di mana performa dan keunggulan suatu produk atau jasa sangatlah penting dalam mempengaruhi kepuasan.
3. Citra dan merek perusahaan yang baik merupakan keunggulan bersaing yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dari sudut positif.
4. Hubungan harga (nilai). Pelanggan menginginkan nilai yang ditawarkan merek sesuai dengan harga yang diberikan, oleh karenanya terdapat hubungan yang menguntungkan antara harga dan nilai.
5. Kinerja atau prestasi karyawan. Kinerja produk dan sistem pengiriman tergantung pada bagaimana semua bagian organisasi bekerja sama dalam proses pemenuhan kepuasan pelanggan.
6. Persaingan, kelemahan dan kekuatan para pesaing juga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (2011:158), bahwa ada 4 (empat) faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1. Emosional, dimana pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang tinggi.
2. Kualitas pelayanan, dimana pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Harga, dimana produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
4. Biaya, dimana pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa.

Apabila ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan seperti memperkecil kesenjangan yang terjadi diantara pihak manajemen dan pelanggan. Apabila jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan ideal., adapun pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan buruk, oleh sebab itu baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyediaan jasa untuk dapat secara konsisten memenuhi harapan konsumen.

Kotler (2009:67), mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan/konsumen dimana semakin tingginya kualitas pelayanan maka akan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan. Sedangkan Lupiyoadi (2011:145), menyatakan bahwa kualitas produk /jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Dari hal diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan bisa terlahir dari kualitas pelayanan yang diberikan, karena suatu produk atau jasa yang dihasilkan bisa dikatakan berkualitas apabila telah sesuai dengan keinginan pelanggan.

E. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Sabir (2010)	Peranan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Siaran Pada PT. Fajar TV Makassar	Kualitas Layanan,, Kepuasan Pelanggan	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.
2	ST. Faridah (2010)	Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumenten Pada Toko Buku Gramedia Trans Makassar	Pelayanan, Kepuasan Pelanggan	Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.
3	Fasochah Harnoto (2013)	Analisis pengaruh Kepercayaan,dan Kualitas Layanan, Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi	Kepercayaan, kualitas layanan, Loyalitas, Kepuasan konsumen. sumen.	Kepercayaan,Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun melalui mediasi.

Penelitian-penelitian sejenis ini telah dilakukan sebelumnya, sebab penelitian-penelitian terdahulu dirasa sangat penting dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini antara lain

F. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi dugaan sementara dalam penelitian ini adalah : “Diduga bahwa kualitas pelayanan terhadap pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero), Unit Jennae Kabupaten Soppeng tergolong baik atau memuaskan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

Penelitian ini akan dilakukan pada PT. Pegadaian (Persero), Unit Jenne Kabupaten Soppeng, yang berlokasi di Kec. Liriaja Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2009:90), yang dimaksud dengan populasi adalah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang diambil melalui survey (pengamatan) di PT. Pegadaian (Persero), Unit Jenne Kabupaten Soppeng yang rata-rata berjumlah 10 (sepuluh) orang perhari.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009:92), bahwa sampel adalah sebagian dari keseluruhan bilangan individu, subyek atau peristiwa untuk suatu kesimpulan yang akan dikenakan.

Melihat banyak jumlah populasi yang ada maka teknik penentuan sampel yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik pengambilan sampel rumus *slovin*, dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Sumber : Sugiyono (2009:92)

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian (10 % atau 0,1)

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Data

Adapun jenis data yang akan digunakan pada penelitian ini nantinya adalah data kuantitatif. Data kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sampel filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini, adalah sebagai berikut :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengadakan pengamatan dan wawancara langsung dengan pelanggan dan salah karyawan yang menjadi subyek penelitian.
- b. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang diteliti berupa laporan tertulis yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam proses penelitian nantinya.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penulisan proposal ini, adalah :

1. Penelitian kepustakaan (*library research*), yakni mendapat data-data yang berhubungan langsung dengan penelitian dan dokumen lain yang diterbitkan perusahaan.
2. Penelitian lapangan (*field research*), yakni mendapat data-data yang berhubungan langsung dengan penelitian, yaitu dengan cara mengadakan kegiatan terhadap pengenalan obyek penelitian. Untuk mendapatkan data pada penulisan ini, maka digunakan teknik berikut :
 - a. Observasi
 Suatu teknik pengumpulan data, dimana penelitian dilakukan dengan mengamati langsung ataupun tidak langsung (tanpa alat) terhadap gejala obyek yang diselidiki.
 - b. Dokumentasi
 Suatu cara yang digunakan untuk melihat secara langsung dokumen-dokumen berhubungan dengan penelitian pada objek penelitian.
 - c. Kuesioner
 Adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dengan mengajukan lembaran pertanyaan kepada subjek yang diteliti pada penelitian ini yang dimana dalam hal ini adalah beberapapelanggan.

E. Definisi Operasional Variabel

Untukmemberikankesamaandalam mendefinisikan variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini nantinya, maka peneliti memberikan batasan definisi secara operasional terhadap variabel yang diteliti, yaitu :

1. Kualitas pelayanan variabel *tangible*, yaitu tenaga pengelola PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan penggunaan peralatan, perlengkapan dan kemampuan karyawan melayani konsumen.
2. Kualitas pelayanan variabel *responsiveness*, yaitu tenaga pengelola PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan menyadari pentingnya pelayanan yang menyenangkan dalam bekerja sesuai dengan penguasaan bidang profesi kerja yang memberikan respon yang positif dan menyenangkan.
3. Kualitas pelayanan variabel *reliability*, yaitu tenaga pengelola PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan bekerja secara cepat dalam proses pelayanan dan memberikan pelayanan dengan tidak pilih kasih kepada pengguna jasa.
4. Kualitas pelayanan variabel *assurance*, yaitu tenaga pengelola PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan melakukan komunikasi dengan konsumen memperlihatkan sikap ramah dan sopan, memberikan jaminan akan keselamatan dan kenyamanan sesuai mekanisme pelayanan, yang menjamin konsumen untuk loyal menggunakan dan memakai jasa.
5. Kualitas pelayanan variabel *empathy*, yaitu tenaga pengelola PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng dalam memberikan pelayanan menekankan adanya keseriusan, kepedulian dan perhatian pada pelanggan.
6. Kepuasan konsumen (Y) adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan. Indikator-indikator yang digunakan :
 - a. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*)

- b. Kecepatan transaksi (*speed of transaction*)
- c. Keberadaan pelayanan (*availability of service*)
- d. Profesionalisme (*profesionalisme*)
- e. Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (*overall satisfaction with service*)

F. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Analisis Data menggunakan skala likert

Adapun kriteria jawaban yang disediakan pada kuisisioner penelitian, menurut Sugiyono (2009:67), dalam memberikan penilaian-penilaian variabel maka dilakukan dengan menggunakan *skala likert*, sebagai berikut :

Tabel 3.1

Pilihan Jawaban Kuisisioner

Pilihan Jawaban	Kode Jawaban	Bobot
Sangat Setuju	A	5
Setuju	B	4
Kurang Setuju	C	3
Tidak Setuju	D	2
Sangat Tidak Setuju	E	1

Sumber : Sugiyono (2009:67)

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar persentase (%) skor aktual terhadap variabel yang diteliti, maka akan dihitung melalui :

a. Skor Aktual

Untuk skor aktual diperoleh dari jawaban seluruh responden, atas seluruh kuisioner/pertanyaan yang diajukan.

$$\text{Skor Aktual} = \text{Total skor pernyataan atas seluruh jawaban}$$

b. Skor Ideal

Untuk skor ideal secara keseluruhan diperoleh melalui perolehan prediksi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah item pertanyaan/kuisioner lalu dikalikan jumlah responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat melalui perhitungan yang dijelaskan di bawah ini :

$$\text{Skor Ideal} = \text{Bobot tertinggi dari pilihan jawaban} \times \text{Total responden}$$

c. Persentase (%) Skor Aktual

Untuk persentase (%) lebih jelasnya dapat dilihat melalui perhitungan di bawah ini :

$$\text{Persentase (\%) Skor Aktual} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Dari rumusan di atas, selanjutnya mencantumkan rentang angka pada skor yang digunakan, yaitu banyaknya kelas interval dari angka 1 (satu) sampai dengan angka 5 (lima). Angka 1 (satu) menyatakan data terkecil, sedangkan angka 5 (lima) menyatakan data terbesar dimana besarannya sebesar 100%, sehingga persentase nilai skornya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kriteria Skor Jawaban Responden

No	Interval (%)	Kriteria Skor
1	81 – 100	Sangat Baik
2	61 – 80	Baik
3	41 – 60	Kurang Baik
4	21 – 40	Tidak Baik
5	0 - 20	Sangat Tidak Baik

Sumber : Sugiyono (2009:298)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi atas 3 (tiga), yakni berdasarkan tingkat usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Adapun karakteristik dari responden dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan Tingkat Usia

Adapun karakteristik responden berdasarkan tingkat usia dapat dijelaskan melalui tabel berikut ini :

Tabel 5.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia

No	Tingkat Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	21 – 30	8	10,67
2	31 – 40	39	52,00
3	41 – 50	21	28,00
4	> 51	7	9,33
Jumlah		75	100

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dilihat bahwa tingkat usia responden yang terkecil adalah pada usia antara 45 – 60 tahun dengan persentase sebesar 9,33% sebanyak 7 orang responden dan jumlah tingkat usia responden yang terbanyak adalah pada usia 26 – 35 tahun dengan persentase sebesar 52,00% sebanyak 39 orang responden, hal ini dikarenakan pelanggan lebih banyak dari kalangan ibu rumah tangga yang berusia antara 31 – 40 tahun.

2. Berdasarkan tingkat pendidikan

Adapun karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dijelaskan melalui tabel berikut ini :

Tabel 5.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	SLTA/Sederajat	43	57,3
2	Diploma	17	22,7
3	S1	15	20
Jumlah		75	100

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, tingkat pendidikan responden yang terkecil adalah jenjang pendidikan S1 dengan persentase sebesar 20% sebanyak 15 orang responden dan responden yang terbanyak adalah jenjang pendidikan SLTA dengan persentase sebesar 57,3% sebanyak 43 orang responden, hal ini dikarenakan pengunjung lebih banyak dari kalangan ibu rumah tangga yang membutuhkan tambahan dana keluarga.

3. Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dijelaskan melalui tabel berikut ini :

Tabel 5.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	9	12
2	Karyawan/Pegawai	14	18,7
3	IRT	52	69,3
Jumlah		75	100

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan responden yang terbanyak adalah Ibu Rumah Tangga dengan persentase sebesar 69,3% sebanyak 52 orang responden, hal ini dikarenakan pelanggan lebih banyak dari kalangan IRT menggadaikan perhiasannya untuk keperluan rumah tangga.

B. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan, berikut penjelasannya :

Tabel 5.4
Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan		Pilihan Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS				
			5	4	3	2	1				
1	PT. Pegadaian (Persero) memberikan ruang yang nyaman untuk melakukan transaksi	F	43	27	5	0	0	338	375	90,1	Sangat Baik
		S	215	108	15	0	0				
2	PT. Pegadaian (Persero) menyelesaikan pelayanan sesuai waktu yang telah Ditentukan	F	50	23	2	0	0	348	375	93	Sangat Baik
		S	250	92	6	0	0				
3	Karyawan PT. Pegadaian (Persero) merespon dengan cepat keluhan yang disampaikan oleh nasabah	F	46	28	1	0	0	345	375	92	Sangat Baik
		S	230	112	3	0	0				
4	Karyawan PT. Pegadaian (Persero) profesional, ramah dan murah senyum dalam melayani nasabah	F	51	22	2	0	0	349	375	93,1	Sangat Baik
		S	255	88	6	0	0				
5	Dalam melayani nasabah, karyawan selalu memberikan pelayanan yang tulus dan ikhlas	F	45	28	2	0	0	343	375	91,5	Sangat Baik
		S	225	112	6	0	0				
Jumlah								1723	1875	92	Sangat Baik

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, maka berikut akan dijelaskan mengenai arti dari persentase yang didapatkan dari hasil perhitungan:

1. Pada pernyataan pertama, maka tampak bahwa sebanyak 43 orang responden yang menyatakan sangat setuju dengan alasan bahwa karyawan memberikan pelayanan sesuai dengan aturan dan sebanyak 27 orang responden yang menyatakan setuju dengan alasan bahwa setiap keluhan dan persoalan terkadang diselesaikan dalam waktu yang sedikit lama serta sebanyak 5 orang responden yang memberikan tanggapan kurang setuju, karena mereka beranggapan bahwa ruangan yang digunakan oleh nasabah untuk menunggu antrian sangat sempit dan tidak ada fasilitas untuk menunggu, seperti Koran dan TV.
2. Pada pernyataan kedua, maka tampak bahwa sebanyak 50 orang responden yang menyatakan sangat setuju dengan alasan bahwa karyawan benar-benar memperhatikan keinginan nasabah dan sebanyak 23 orang responden yang menyatakan setuju dengan alasan bahwa biasa ada sedikit kesalahan dikala menyampaikan solusi, namun semua bisa diatasi, serta 2 orang responden yang memberikan tanggapan kurang setuju, karena responden tersebut beranggapan bahwa terkadang waktu yang diberikan oleh karyawan dalam melayani terlalu lama dan berbelit-belit.
3. Pada pernyataan ketiga, maka tampak bahwa sebanyak 46 orang responden yang menyatakan sangat setuju dengan alasan bahwa karyawan benar-benar memperhatikan keinginan nasabah dan sebanyak 28 orang responden yang menyatakan setuju dengan alasan bahwa biasa ada sedikit kesalahan dikala menyampaikan solusi, namun semua bisa diatasi, serta 1 orang responden yang memberikan tanggapan kurang setuju, karena responden tersebut beranggapan bahwa beberapa karyawan tidak mampu menjelaskan mengenai produk yang ditawarkan.

4. Pada pernyataan keempat, maka tampak bahwa sebanyak 51 orang responden yang menyatakan sangat setuju dengan alasan bahwa penyelesaian persoalan diselesaikan saat itu juga, dan sebanyak 22 orang responden yang menyatakan setuju dengan alasan bahwa walau terkadang sedikit lama, namun persoalan bisa diselesaikan oleh karyawan, serta sebanyak 2 orang responden yang memberikan tanggapan kurang setuju, karena mereka beranggapan bahwa setiap terkadang dalam melayani nasabah, karyawan kesannya terburu-buru dan tidak terlalu menanggapi dengan serius nasabah.
5. Pada pernyataan kelima, maka tampak bahwa sebanyak 45 orang responden yang menyatakan sangat setuju dengan alasan bahwa pencatatan transaksi selalu sesuai dengan catatan nasabah, dan sebanyak 28 orang responden yang menyatakan setuju dengan alasan bahwa jika ada kesalahan pencatatan langsung diperbaiki saat itu juga, serta sebanyak 2 orang responden yang memberikan tanggapan kurang setuju, karena responden tersebut beranggapan bahwa terkadang karyawan cuek dalam melayani nasabah yang membutuhkan penyelesaian persoalan yang dihadapi.

Berdasarkan tabel 5.5, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng, sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 (\%) &= \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Jumlah responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{1723}{5 \times 5 \times 75} \times 100\% \\
 &= \frac{1723}{1875} \times 100\% \\
 &= 92
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dirumuskan di atas, menunjukkan bahwa pencapaian persentase sebesar 92%, bila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya yakni antara 80,00 – 100%, maka dalam hal ini kualitas pelayanan adalah termasuk dalam kriteria yang sangat baik.

C. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel kepuasan pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng. Berikut penjelasannya :

Tabel 5.5
Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan		Pilihan Jawaban					Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual	Kriteria
			SS	S	KS	TS	STS				
			5	4	3	2	1				
1	Karyawan PT. Pegadaian (Persero) sangat tanggap dalam melayani keluhan dan keinginan nasabah	F	50	25	0	0	0	350	375	93,3	Sangat Baik
		S	250	100	0	0	0				
2	Karyawan PT. Pegadaian (Persero) sangat cepat dan tegas dalam melayani keluhan nasabah	F	54	21	0	0	0	354	375	94,4	Sangat Baik
		S	270	84	0	0	0				

Lanjutan tabel 5.5

3	Karyawan PT. Pegadaian (Persero) memastikan penyelesaian keluhan atau persoalan nasabah	F	51	24	0	0	0	351	375	94	Sangat Baik
		S	255	96	0	0	0				
4	Karyawan PT. Pegadaian (Persero) sangat terlatih dalam melayani keluhan dan keinginan nasabah	F	48	27	0	0	0	348	375	93	Sangat Baik
		S	240	108	0	0	0				
5	Anda puas dengan seluruh pelayanan PT. Pegadaian (Persero) dari awal tran	F	45	30	0	0	0	345	375	92	Sangat Baik
		S	225	120	0	0	0				

saksi hingga selesai											
Jumlah							1748	1875	93,2	Sangat Baik	

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, maka berikut akan dijelaskan mengenai arti dari persentase yang didapatkan dari hasil perhitungan:

1. Pada pernyataan pertama, maka tampak bahwa sebanyak 50 orang responden yang menyatakan sangat setuju dengan alasan bahwa karyawan sangat tanggap dalam menagani permasalahan nasabah dan sebanyak 25 orang responden yang menyatakan setuju dengan alasan bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik namun masih butuh waktu sedikit lama untuk melayani nasabah.
2. Pada pernyataan kedua, maka tampak bahwa sebanyak 54 orang responden yang menyatakan sangat setuju dengan alasan bahwa karyawan bertindak cepat dan tegas dalam melayani setiap permasalahan nasabah dan sebanyak 21 orang responden yang menyatakan setuju dengan alasan bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik namun masih butuh waktu sedikit lama untuk melayani nasabah.
3. Pada pernyataan ketiga, maka tampak bahwa sebanyak 51 orang responden yang menyatakan sangat setuju dengan alasan bahwa semua persoalan diselesaikan oleh karyawan pada saat itu juga, dan sebanyak 24 orang responden yang menyatakan setuju dengan alasan bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik namun masih butuh waktu sedikit lama untuk memberikan solusi kepada nasabah.
4. Pada pernyataan keempat, maka tampak bahwa sebanyak 48 orang responden yang menyatakan sangat setuju dengan alasan bahwa karyawan lebih berpengalaman dalam menghadapi permasalahan nasabah, dan sebanyak 27 orang responden yang menyatakan

setuju dengan alasan bahwa durasi waktu pemberian solusi untuk permasalahan harus ditambah karena masih ada kekurangan dalam penjelasannya.

5. Pada pernyataan kelima, maka tampak bahwa sebanyak 45 orang responden yang menyatakan sangat setuju dengan alasan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan sudah dirasakan maksimal oleh nasabah namun sebanyak 30 orang responden yang menyatakan setuju dengan alasan bahwa ada beberapa penjelasan yang berbelit-belit dalam penyampaiannya namun hal itu bukanlah suatu kendala.

Berdasarkan tabel 5.5, dapat diketahui bahwa pengaruh variabel kepuasan pelanggan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 (\%) &= \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal} \times \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Jumlah responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{1748}{5 \times 5 \times 75} \times 100\% \\
 &= \frac{1748}{1875} \times 100\% = 93,2
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dirumuskan di atas, menunjukkan bahwa pencapaian persentase sebesar 93,2%, bila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya yakni antara 80,00 – 100%, maka dalam hal ini pengaruh variabel kepuasan pelanggan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng, termasuk dalam kriteria yang sangat baik

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara deskriptif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan termasuk dalam kriteria sangat baik, dimana persentase yang diperoleh dari masing – masing variable. Dimana pada variable kualitas pelayanan didapatkan hasil persentase skor aktual sebesar 92%, bila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya yakni antara 81 – 100% termasuk dalam kategori sangat baik, sedangkan untuk variable kepuasan pelanggan didapatkan hasil persentase skor actual sebesar 93%, bila dikaitkan dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya yakni antara 81 – 100% juga termasuk dalam kategori sangat baik. Dilihat dari dugaan sementara (hipotesis) sebelumnya yaitu kualitas pelayanan masuk dalam kategori baik interval 61 – 80%, dengan demikian hipotesis diterima..

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dimana dalam hal ini terkait dengan pelayanan jasa gadai barang dan pinjaman yang merupakan produk unggulan PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategi yang akan diambil oleh perusahaan di waktu yang akan datang, khususnya dalam hal ini adalah bagi pihak PT. Pegadaian (Persero) Unit Jennae Kabupaten Soppeng sendiri selaku perusahaan pengelola. Hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa pelanggan merasa nyaman karena adanya pelayanan yang maksimal dari karyawan, maka di sini pimpinan perusahaan dapat mengambil langkah untuk memaksimalkan sistem pelayanan bagi nasabah agar kepuasan nasabah semakin meningkat.

2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengambil *sampel* dari beberapa perusahaan yang bergerak di bidang yang sama maupun perusahaan yang bergerak di bidang berbeda, sehingga hasilnya memungkinkan untuk dilakukan perbandingan, sehingga tidak hanya terbatas pada satu buah perusahaan saja. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah variabel-variabel yang lain agar didapatkan hasil penelitian yang lebih akurat mengenai variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, D, 2008. *Pengaruh Penggunaan Strategi Brand Extension pada Intensi Membeli Konsumen*, Pustaka Belajar Offset, Yogyakarta.
- Batinggi, Ahmad, 2011. *Manajemen Pelayanan Umum*. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Buchari, Alma, 2006. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Day, JR., R.A., dan Underwood, A.L, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit: Salemba Empat PT. Salemba Emban Patria, Jakarta.
- Dermawan, Rachman, 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan. Pertama. Agung Media, Jakarta
- Dinar, Muhammad, dan Hasan, Muhammad. 2018. Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Hasan, Muhammad, dan Azis, Muhammad. 2018. Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Herlini, 2017, *Menganalisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT.Pegadaian Cabang Soppeng, Unismuh Makassar*, Makassar.
- Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Hamdani, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta.
- Marcel, 2007, *Sevqual : A Multiple – item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Inter Media, Bandung.
- Moenir, H.A.S, 2008. *Manajemen Pelayanan Umum*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Parasuraman, Berry, 2008. *Delivering Quality Service: Balancing Customer, Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Pasolong, Harbani, 2013. *Kepemimpinan Biro kras*. CV.Alfabeta, Bandung.
- Sinambela, Lijan Poltak, 2010. *Reformasi Pelayanan Publik*. Bumi. Aksara, Jakarta.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung.
- Supranto, 2009, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Syamsuddin, Makmun, 2009. *Esikologi Kependidikan*, IKIP, Bandung.
- Tirtomulyo, 2009, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Tjiptono, 2011, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, Cetakan ketujuh, Andi, Yogyakarta.

Wilkie, William L, 2010. *Consumer Behavior*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Yong, A. W. S. 2006. *Marketing Management*, Pearson Education, Inc. Wesley, Singapore.

Zeithalm, 2010, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Erlangga, Jakarta

L
A
M
P
I
R
A
N



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : A. B. Pattaseani Kampus Cempunene Makassar T. L. 900464

Dengan hormat kami sampaikan bahwa saya :

Nama : Feby Ramdhana
Nim : 1494043050
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Telah melakukan konsultasi masalah yang akan disajikan dalam skripsi dengan dosen penasehat akademik saya, maka dengan ini saya mengajukan judul atau tema penelitian dalam rangka mengikuti mata kuliah tugas akhir sebagai berikut :


1. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT.PEGADAIAN PERSERO UNIT JENNAE KAB.SOPPENG .
2. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN EKONOMI DI SMAN 2 SOPPENG.
3. ANALISIS KINERJA KEUANGAN DITINJAU DARI ASPEK LIKUIDITAS DAN SALVABILITAS PADA PT.PLN (PERSERO) WILAYAH SULSEL, SULTRA, DAN SULBAR DIKOTA MAKASSAR.

Untuk di jadikan bahan pertimbangan dalam penentuan tim pembimbing sesuai disiplin keilmuan yang relevan dengan judul/tema penelitian ini.

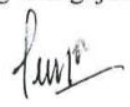
Dengan penyampaian kami, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Makassar, 10 Agustus 2017

Menyetujui,
Penasehat Akademik


Prof. Dr. Ir. H. Ilham Thaief, MM, MBA, IPM.
NIP. 19580912 198703 1 003

Yang mengajukan


FEBY RAMDHANA
NIM. 1494043050



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : A.P.Pettarani Kampus Gunungsari Makassar Telp 889464

PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI DAN CALON PEMBIMBING

A. IDENTITAS

Nama Mahasiswa : Feby Ramdhana
Tempat/ Tgl Lahir : Lajoa, 8 februari 1997
Nomor Induk mahasiswa : 1494043050
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

B. JUDUL YANG DIAJUKAN :

- 1. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT.PEGADAIAN (PERSERO) UNIT JENNAE KAB.SOPPENG**

C. PEMBIMBING YANG DITUNJUK

NO	NAMA PEMBIMBING/NIP	TANDA TANGAN
1	PROF. DR. IR.H.ILHAM THAIEF,MM,MBA,IPM. 19580912 198703 1 003	
2	MUH. IHSAN SAID, S.E., M.Si 19730709 200701 1 001	

Makassar, 24 Agustus 2017

Mengetahui,

Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi

Muhammad Dinar, S.E., M.Si.

NIP.19591217 198702 1 002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Kampus Gunungsari Baru Makassar Telepon : 0411-889464 – 881244 Fax. (0411) 88946

Nomor : 8678/UN36.22/PL/2018
Lampiran : 1 Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Prov. SulSel
di
Tempat

Dengan hormat,
Dimohon dengan kiranya kepada mahasiswa yang tersebut namanya dibawah ini, dapat diberikan izin mengadakan penelitian untuk keperluan penelitian data dalam rangka penulisan skripsi:

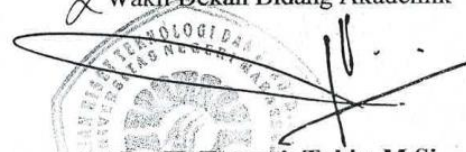
Nama : FEBY RAMDHANA
NIM : 1494043050
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dosen Pembimbing :
1. Prof. Dr. Ir. H. Ilham Thaief, MM., MBA
2. Muh. Ihsan Said, S.E., M.Si

Masalah yang diteliti :
“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PADA PT.
PEGADAIAN (PERSERO) UNIT JENNAE KABUPATEN SOPPENG”

Atas bantuan dan kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Makassar, 28 November 2018
Wakil Dekan Bidang Akademik


Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si.
NIP. 19620111 198702 1 001



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 9050/S.01/PTSP/2018
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bupati Soppeng

di-
Tempat

Berdasarkan surat Wakil Dekan Bid. Akademik Fak. Ekonomi UNM Makassar Nomor : 8678/UN36.22/PL/2018 tanggal 28 November 2018 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **FEBY RAMDHANA**
Nomor Pokok : 1494043050
Program Studi : Pend. Ekonomi
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
Alamat : Kampus Gunungsari Baru Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PENGADAAN (PERSERO) UNIT JENNAE KABUPATEN SOPPENG "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **29 November s/d 12 Desember 2018**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada tanggal : 28 November 2018

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



A. M. YAMIN SE. MS.
Pangkat : Pembina Utama Madya
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth

1. Wakil Dekan Bid. Akademik Fak. Ekonomi UNM Makassar di Makassar;
2. Pertinggal.

SIMAP PTSP 28-11-2018



Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90222



PEMERINTAH KABUPATEN SOPPENG
DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Salotunggo No. 2 Tlp. 0484 - 23743 Watansappeng 90812

IZIN PENELITIAN

Nomor : 417/IP/DPM-PTSP/XII/2018

Tanggal **03-12-2018**

2. Rekomendasi dari BAPPELITBANGDA

Nomor **417/IP/REK-T.TEKNIS/BAP/XII/2018**

Tanggal **03-12-2018**

MENGIZINKAN

KEPADA

NAMA : FEBY RAMDHANA

UNIVERSITAS/ : UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR

LEMBAGA

Jurusan : PEND. EKONOMI

ALAMAT : LAJOA

LINTUK

; melaksanakan Penelitian dalam Kabupaten Soppeng dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT JENNAE KABUPATEN SOPPENG

LOKASI PENELITIAN : PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT JENNAE KABUPATEN SOPPENG

JENIS PENELITIAN : KUANTITATIF

LAMA PENELITIAN : 29 November 2018 s.d 12 Desember 2018

a. Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung

b. Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Ditetapkan di : Watansoppeng

Pada Tanggal : 03-12-2018

an. **BUPATI SOPPENG**
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KABUPATEN SOPPENG



FIRMAN, SP, MM

Pangkat : PEMBINA

NIP : 19621012 198603 1 027

Biaya : Rp. 0,00



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A.P. Pettarani Kampus UNM Gunungsari Baru Makassar Telp. 889464

SURAT KEPUTUSAN

Nomor : 1096/UN36.22/KM/2019

A. Identitas Responden

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR**

Mohon bapak/ibu/sdr memberi tanda (X) pada jawaban berikut:

- Membacakan : Surat Keputusan Program Studi Pendidikan Ekonomi
Nomor : 1096/UN36.22/KM/2019
1. Usia :
2. Pendidikan : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003
2. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999
3. Keputusan Presiden Nomor 93 Tahun 1999
3. Pekerjaan : 4. Keputusan Mendikbud Nomor 277/0/Tahun 1999
5. Keputusan Mendiknas Nomor 025/0/Tahun 2002
4. Jenis kelamin : 6. Keputusan Rektor UNM Nomor 1073/PP/2010
7. Keputusan Kemendikbud Nomor 48 Tahun 2011
8. Keputusan Rektor UNM Nomor 05/ UN 36/ KP/ 2012

B. Petunjuk Pengisian

- Menetapkan : Dosen yang tersebut namanya di bawah ini sebagai Panitia Ujian Skripsi
1. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dalam menjawab
2. Berilah tanda silang (X) pada alternative jawaban yang dianggap sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya
3. Apabila anda ingin mengganti jawaban yang sudah di silang, maka anda melingkari jawaban yang dianggap tidak sesuai kemudian menggantinya dengan jawaban yang sesuai

Dengan susunan panitia ujian sebagai berikut:

1. Ketua : Dr. H. Muhammad Azis, M.Si
2. Wakil Ketua : Sahade, S.Pd., M.Pd.
3. Sekretaris : Dr. Mustari, S.E., M.Si
4. Anggota :

C. Pilihan Jawaban

- Pembimbing I : Prof. Dr. Ir. H. Ilham Thaief, MM, MBA, IPM
Pembimbing II : Muh. Ihsan Said Ahmad, SE., M.Si
Penguji I : Muhammad Dinar, S.E., M.S
Penguji II : Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd
1. Untuk jawaban a, diberi bobot = 5
2. Untuk jawaban b, diberi bobot = 4
3. Untuk jawaban c, diberi bobot = 3
4. Untuk jawaban d, diberi bobot = 2
5. Untuk jawaban e, diberi bobot = 1

Ditetapkan di : Makassar
Pada Tanggal : 14 Februari 2019

A.n. Dekan.
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si
NIP. 19620111 198702 1 002

D. Pernyataan Mengenai Kualitas Pelayanan

1. PT. Pegadaian (Persero) seharusnya memberikan ruang yang nyaman untuk bertransaksi
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Karyawan PT. Pegadaian (Persero) menyelesaikan pelayanan sesuai waktu yang ditentukan
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
3. Karyawan PT. Pegadaian (Persero) merespon dengan cepat keluhan yang disampaikan oleh nasabah
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

4. Karyawan PT. Pegadaian (Persero) professional, ramah dan murah senyum dalam melayani nasabah
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
5. Dalam melayani nasabah, karyawan selalu memberikan pelayanan yang tulus dan ikhlas
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

E. Pernyataan Mengenai Kepuasan Pelanggan

1. Karyawan PT. Pegadaian (Persero) sangat tanggap dalam melayani keluhan dan keinginan nasabah
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Karyawan PT. Pegadaian (Persero) sangat cepat dan tegas dalam melayani keluhan dan keinginan nasabah

- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
3. Karyawan PT. Pegadaian (Persero) memastikan penyelesaian keluhan atau persoalan nasabah
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
4. Karyawan PT. Pegadaian (Persero) sangat terlatih dalam melayani keluhan dan keinginan nasabah
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
5. Anda puas dengan seluruh pelayanan PT. Pegadaian (Persero) dari awal transaksi hingga selesai
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju

- c. Kurang Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuj

Lampiran 2. Tabel Penolong Perhitungan

No	Variabel	
	Kualitas	Kepuasan
	X	Y
1	23	24
2	24	21
3	24	25
4	21	21
5	25	23
6	24	23
7	24	22
8	25	25
9	22	22
10	17	25
11	25	23
12	22	23
13	23	25
14	24	22
15	24	22
16	25	22
17	20	23
18	24	23
19	21	24
20	22	23
21	24	25
22	22	21
23	23	24
24	25	23
25	24	25
26	22	22
27	25	24
28	21	22
29	25	24
30	20	22
31	21	22
32	24	23
33	21	22
34	20	25
35	25	22

36	22	24
37	25	23
38	20	24
39	25	22
40	24	25

Lanjutan lampiran 2

41	25	23
42	24	23
43	21	24
44	24	24
45	21	21
46	25	25
47	21	22
48	25	24
49	24	23
50	25	23
51	20	25
52	25	24
53	20	23
54	25	25
55	21	24
56	25	23
57	24	23
58	25	24
59	20	23
60	25	24
61	20	21
62	25	25
63	25	21
64	25	25
65	25	23
66	17	25
67	21	23
68	24	24
69	21	24
70	24	24
71	21	24
72	21	23
73	25	25
74	22	22
75	25	24
Σ	1723	1748

Lampiran 3 Tabulasi Variabel Kualitas Pelayanan

Resp	P1	P2	P3	P4	P5	Σ
1	5	4	5	5	4	23
2	4	5	5	5	5	24
3	5	5	4	5	5	24
4	4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	4	24
7	5	5	5	5	4	24
8	5	5	5	5	5	25
9	4	5	4	5	4	22
10	3	3	3	3	5	17
11	5	5	5	5	5	25
12	3	5	4	5	5	22
13	5	5	5	5	3	23
14	4	5	5	5	5	24
15	5	5	5	5	4	24
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	4	4	20
18	5	5	5	5	4	24
19	4	4	4	4	5	21
20	4	5	4	5	4	22
21	5	5	5	5	4	24
22	4	4	5	4	5	22
23	5	5	5	5	3	23
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	4	24
26	3	5	4	5	5	22
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	4	4	5	21
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	5	21
32	5	5	5	5	4	24
33	4	4	4	4	5	21
34	4	4	4	4	4	20
35	5	5	5	5	5	25
36	3	5	4	5	5	22
37	5	5	5	5	5	25
38	4	4	4	4	4	20
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	4	24

41	5	5	5	5	5	25
42	5	5	5	5	4	24
43	4	4	4	4	5	21
44	5	5	5	5	4	24
45	4	4	4	4	5	21

Lanjutan lampiran 3

46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	4	4	5	21
48	5	5	5	5	5	25
49	5	5	5	5	4	24
50	5	5	5	5	5	25
51	4	4	4	4	4	20
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	4	4	20
54	5	5	5	5	5	25
55	4	4	4	4	5	21
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	4	24
58	5	5	5	5	5	25
59	4	4	4	4	4	20
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	4	4	20
62	5	5	5	5	5	25
63	5	5	5	5	5	25
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	5	5	5	25
66	3	3	4	3	4	17
67	4	4	4	4	5	21
68	5	5	5	5	4	24
69	4	4	4	4	5	21
70	5	5	5	5	4	24
71	4	4	4	4	5	21
72	4	4	4	4	5	21
73	5	5	5	5	5	25
74	4	5	4	5	4	22
75	5	5	5	5	5	25
Σ	338	348	345	349	343	1723

Lampiran 4 Tabulasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Resp	P1	P2	P3	P4	P5	Σ
1	5	5	4	5	5	24
2	4	4	5	4	4	21
3	5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	4	21
5	5	5	4	5	4	23
6	4	5	5	4	5	23
7	5	4	4	4	5	22
8	5	5	5	5	5	25
9	4	4	4	5	5	22
10	5	5	5	5	5	25
11	4	5	4	5	5	23
12	5	4	5	5	4	23
13	5	5	5	5	5	25
14	5	4	5	4	4	22
15	5	4	4	5	4	22
16	4	5	4	4	5	22
17	5	5	5	4	4	23
18	4	5	4	5	5	23
19	5	5	5	4	5	24
20	4	5	5	5	4	23
21	5	5	5	5	5	25
22	4	4	5	4	4	21
23	4	5	5	5	5	24
24	5	5	5	4	4	23
25	5	5	5	5	5	25
26	5	4	5	4	4	22
27	5	5	4	5	5	24
28	5	4	5	4	4	22
29	5	5	5	5	4	24
30	4	5	4	4	5	22
31	4	5	5	4	4	22
32	5	4	4	5	5	23
33	5	4	5	4	4	22
34	5	5	5	5	5	25

35	5	4	5	4	4	22
36	5	5	5	5	4	24
37	5	5	5	4	4	23
38	5	5	5	4	5	24
39	4	5	5	4	4	22
40	5	5	5	5	5	25

Lanjutan lampiran 4

41	5	5	4	4	5	23
42	4	5	4	5	5	23
43	5	5	5	5	4	24
44	4	5	5	5	5	24
45	5	4	4	4	4	21
46	5	5	5	5	5	25
47	5	4	5	4	4	22
48	5	4	5	5	5	24
49	5	4	5	4	5	23
50	4	5	4	5	5	23
51	5	5	5	5	5	25
52	4	5	5	5	5	24
53	4	5	4	5	5	23
54	5	5	5	5	5	25
55	4	5	5	5	5	24
56	5	4	4	5	5	23
57	4	5	5	5	4	23
58	5	5	4	5	5	24
59	5	5	5	4	4	23
60	5	5	4	5	5	24
61	4	5	4	4	4	21
62	5	5	5	5	5	25
63	4	5	4	4	4	21
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	4	4	5	23
66	5	5	5	5	5	25
67	4	5	4	5	5	23
68	5	4	5	5	5	24
69	4	5	5	5	5	24
70	5	5	4	5	5	24
71	5	5	5	5	4	24
72	5	4	5	5	4	23
73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	5	5	4	22
75	5	5	5	5	4	24

Σ	350	354	351	348	345	1748
----------	-----	-----	-----	-----	-----	------

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675

52	1.5155	1.5917	1.4741	1.6354	1.4559	1.6769	1.5929	1.7225	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905

117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967





RIWAYAT HIDUP



FEBY RAMDHANA, lahir di Soppeng pada tanggal 08 Februari 1996. Anak kedua dari empat bersaudara yang merupakan anak dari pasangan Muchajiri dan Sabbaha Nur, S.Sos. Penulis mulai menempuh pendidikan formal di SD 175 JENNAE pada tahun 2002 dan lulus pada tahun 2008. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di MTsN DDI PATTOJO sampai selesai dan tamat pada tahun 2014. Pada tahun 2014 penulis melanjutkan studi di perguruan tinggi Universitas Negeri Makassar dan tercatat sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi, Program Studi Pendidikan Ekonomi.